# 新媒体环境下传统纸媒发展的前景探究

摘　要：新媒体环境下，对于报社的经营发展产生了明显的影响。本文从报纸如何应对新媒体的角度出发，首先介绍了新媒体的概念及发展，然后指出报社的发展现状，最后阐述了媒介融合趋势下，传统报社纸媒应对措施，以供参考。

关键词：新媒体；报社；发展现状；精神文明建设；途径
中图分类号：G231　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）12-064-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.03.005

■文 / 肖玉敏



随着信息技术的发展和通讯方式的突飞猛进，传媒业跨入了全媒体技术时代，网络媒体海量的信息，快捷方便的传播方式，各种新媒体走进人们的生活，在此背景下，不同区域、不同国家的文化和理念，对人们的固有思想造成冲击和影响。报纸作为传统的媒体类型，在发挥自身优势的同时，只有不断变革创新，加强精神文明建设，才能够提升工作人员的综合素质，促进报社的长远发展。

## 1. 新媒体的概念及发展

新媒体是相对于报刊、电视、广播等传统媒体而言的，指的是所有数字化的媒体形式，利用互联网、卫星等渠道，以及手机、电脑等终端，向用户提供信息服务、娱乐服务。新媒体的特征如下：一是价值性，从理论上分析，媒体具有价值性，可以为广大受众传递时间、信息，满足受众的基本需求；二是原创性，新媒体的新就体现在原创性上，是在特定的时间内，对时代赋予的新内容进行的创造；三是效应性，指的是在一定的环境下，因素和结果形成因果现象，即通过影响受众的听觉和视觉，来产生相应的结果；四是生命力，要求紧紧把握住新媒体的核心价值，有其存在的价值体现，而不是生搬硬套。

分析新媒体的优势，体现在更新速度快、传播成本低；不仅信息量大，而且内容丰富；具有更强的互动性，检索更加便捷。就目前而言，互联网、移动增值是新媒体的重要领域，自 2007 年起得到快速发展。分析新媒体的未来发展趋势，主要如下：第一，三网融合提高了网络视频的价值，为视频传输提供了更多渠道；第二，网络电视广告成为广告行业的新增长点，而电视作为家庭娱乐中心的地位在不断淡化；第三，运用新媒体是企业推广自身的热衷手段，能够打破时空界限，用户对产品的体验能以病毒式的传播方式被无限放大。

## 2. 传统报社纸媒发展现状

所谓的新媒体是新时代的发展产物，主要是应用计算机技术，比如互联网、无线通信网、卫星等，将手机、电脑等作为媒介载体的一种新颖形式，可以为受众提供海量的信息，其内容涉及到图片、文字、视频、音频等，具有独特性。从另外一个角度分析，新媒体作为人们广泛使用的主要传播形式，具有编辑性与快速性，可以随时随地将信息传递给受众，从而对受众的生活方式与生活习惯造成影响，这种发展背景下，传统纸媒不仅面临重大的挑战，并且在社会发展中处于劣势地位。

### 2. 1 成本较高

我们可以了解，报纸从信息采集到受众手中涉及到的环节众多，包括了记者的采编、领导的审核、编辑校正、印刷、发行等，在这一系列的过程中均会浪费大量的人力、物力与材料，所以成本比较高。但是新媒体相对而言，无论是网页中的新闻，还是手机推送的资讯，都省去了这些繁杂的程序，相对而言，自然也就减少了成本。

### 2. 2 传播时效性差

人们对于新闻信息的获取，已经从报纸转移到网络上，因为报纸刊登具有复杂的流程，其时效性远远低于网络等新媒体。另外，报纸受限于媒介的特点，只能展现出文字和图片，事件描述缺乏动感，难以满足人们的感官要求。

### 2. 3 信息内容单一

依据世纪华文的调查数据，我国报纸零售量近年来明显降低，与此同时广告投资额也在降低。由于缺少收入来源，因此报纸的整体质量下滑，形成恶性循环。在这种背景下，为了降低成本，只能选择缩减版面的方法，结果是信息内容不全面。将广告投放在报纸上，无法为人们提供相关链接，因此广告信息的价值性低，难以和网络媒体相比。

### 2. 4 缺乏交流互动

众所周知，报纸作为传统媒体的典型代表，具有单一性的传播特点，由于缺乏互动，难以及时了解读者的想法和意见。基于信息技术下，报社将纸质报纸转变为电子版，虽然迎合了时代需求，但是和新媒体相比，依然不具备强有力的竞争力。如何提高互动性，成为报社需要解决的问题之一。

### 3. 媒介融合趋势下，传统报社纸媒应对措施

其中在 2010 年世界杯比赛期间，央视网为进一步提高自身的影响力，打造了中国网络电视台（CNTV），且该媒介载体是中国第一家被授权进行世界杯报道的主要新闻媒介机构，由此可以首先获得视频的播放权。为从根本上提高收视率，CNTV 在世界杯期间还加强对手机的应用，实现了手机视频与文字的传播，不仅创造了转播的新纪录，并且也符合时代发展的要求，是我国新媒体发展的转折点。当然，这一事件的发生为新媒体与传统媒体的融合发展奠定了基础与保障。

#### 3.1 与新媒体合作

面对来势汹汹的新媒体的冲击，我国传统报社在发展中需要清楚地认识到自身所存在的缺陷与不足，明确当前媒介发展的潮流，真正与新媒体相互融合，此外，在新时期，报纸还可以实现与网络媒体的相互合作，可以达成协议，制定网站、论坛、门户等，如此一来不仅可以提高自身的影响力，并且也在一定程度上提高报纸的知名度。从另外一个角度分析，与新媒体的合作能够提高报纸信息传播的速度，将传统模式下的单向传播模式打破，拉近与受众的距离。

除此之外，报纸也可以选择与手机运营商合作开展手机报业务。就目前而言也有一些报纸杂志和电视节目相结合，开办一些诸如读报类的节目，比如江西卫视每周一到周五中午 12：00 播出的《杂志天下》，在杂志和电视媒介中找到了自己独有的生存空间，开创了电视读杂志的先河，增加了受众对于报纸、杂志的阅读兴趣，也提高了电视的收视率。

#### 3.2 提升编辑能力

编辑人员是报社的重要组成要素，其作用包括三个方面：一是报纸形象的设计师，二是新闻内容的策划者，三是报纸新闻的代言人。提升编辑人员的综合素质，是落实精神文明建设工作的有效途径。媒介融合环境下的记者应该能够掌握各方面的多媒体技能，他能够同时承担文字、图片、音频、视频等报道任务，为多种不同媒体提供新闻作品。

#### 3.3 坚持内容为主

有学者的调查研究指出，越是在信息过剩、竞争激烈的多媒体环境中，精品内容越显得珍贵，因此新媒体的应用要坚持内容为主。当今社会微信、微博、微视频，已经成为人们生活中的重要组成部分，这些多媒体填补了零碎的时间，因此受到人们的欢迎。报社在报道新闻事件时，一方面要做到简短、精细，不仅描述事件的来龙去脉，还要提供独到的见解，引起群众共鸣。另一方面要保证新闻的真实性，避免为了吸引眼球而添油加醋，或者过分追逐娱乐八卦和花边新闻，损害报社的公信力和影响力。

#### 3.4 实现技术转型

当前信息传播的主战场已经转移到移动端，报社也应该主动出击，在互联网上抢占先机。对于报社来说，虽然转型具有一定难度，但应该顺应互联网的发展趋势，采用多种新媒体传播手段，例如创办手机报，开发微博、APP 等平台，对社会上的重大事件进行全方位报道，以提升社会影响力。以手机客户端为例，能够加快新闻的推送效率，和其他应用软件相结合，还能够进行天气查询、公交线路查询等，方便人们的生活。

### 4. 结语

综上所述，伴随着互联网媒体技术的发展，网络传播已经成为了人们生活中不可或缺的组成部分，从传播媒介角度分析，受众资源是极其重要的，在当前受众分流的发展趋势下，媒介融合成为了目前的主要策略。针对我国报纸的发展分析，尤其在全媒体时代中，实现纸质媒体与新媒体的相互结合，不仅符合时代发展的要求，并且也遵循受众的基本需求，所创造的网络报纸、网络电视等可以实现资源共享，实现品牌与效益的双丰收，当然，在新时期，除了和新媒体进行合作，还应该提高编辑的能力，坚持内容为主，从而实现技术转型。媒

### 参考文献

[1] 周小莉 . 论新媒体环境下报社如何加强精神文明建设 [J]. 办公室业务，2013（19）：150.
[2] 陈庆彬 . 浅谈新时期新闻记者的职业道德建设 [J]. 魅力中国，2014（24）：279.
[3] 邓革 . 浅析新闻事业的社会功能 [J]. 劳动保障世界，2014（05）：125.
[4] 沈振建，李晓俊 .《湖州日报》：以“生态 +”报道创新表达思路与角度 [J]. 中国记者，2015（11）：102-104.
[5] 陈利云 . 助力生态文明建设展现党报责任担当——对人民日报《生态周刊》的观察与思考 [J]. 青年记者，2013（28）：46-47.
[6] 闫明 . 论建设性新闻舆论监督与政治制度文明建设 [J]. 理论观察，2016（03）：89-90.
[7] 徐琦 . 媒体在生态文明建设中当有何为 [J]. 环境保护，2013，41（01）：47-48.

（作者单位：延边日报社）